

ABSTRAK

Latar belakang dalam penelitian ini adalah persaingan yang ketat antara provider saat ini yang menawarkan fitur-fitur layanan yang sangat beragam dan berusaha untuk menarik minat masyarakat. Para provider kartu seluler berusaha menarik minat atau perhatian masyarakat dengan membuat iklan semenarik mungkin. Kartu AS merupakan salah satu provider kartu seluler yang menggunakan jasa periklanan di televisi untuk memperkenalkan, mempertahankan, serta membujuk konsumen untuk menggunakan produknya. Untuk mendukung kegiatan promosi maka produk kartu AS menggunakan bintang iklan yang terkenal serta menambah citra merek dengan tarip murah bonus-bonus yang lebih banyak dalam produk kartu AS. Permasalahannya adalah apakah ada pengaruh kredibilitas bintang iklan, citra merek iklan televisi terhadap tingkat *recall audience*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara kredibilitas bintang iklan terhadap *recall audience*, citra merek iklan terhadap *recall audience*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena ingin mengukur pengaruh kredibilitas bintang iklan dan citra merek iklan terhadap *recall audience*. Penelitian ini menggunakan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dan populasi dan kuisioner sebagai alat pengumpul data. Pengambilan data dilakukan dengan cara simple random sampling. Variabel yang diukur adalah validitas dan reabilitas yang pengujianya dengan Crobach Alpha dengan bantuan SPSS for Windows release 13.0. analisis data menggunakan uji t Parsial (uji-t).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kredibilitas bintang iklan terhadap tingkat *recall audience* sebesar 0,562%. Sementara itu terdapat juga pengaruh signifikan antara citra merek iklan terhadap *recall audience* yaitu sebesar 0,370%. Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas bintang iklan dan citra merek merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi untuk mempengaruhi khalayak atau calon konsumen.